

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* PADA MINAT BELI
DI *E-COMMERCE***



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

PRAYOGI SURYA MAREDH GHOZALI
B100170056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

PENGARUH DIGITAL MARKETING PADA MINAT BELI DI E-COMMERCE

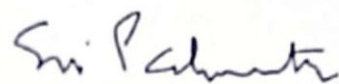
Yang ditulis dan disusun oleh:

PRAYOGI SURYA MAREDIH GHOZALI
B100170056

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 7 Juni 2021

Pembimbing



(Drs. Sri Padmantyo, MBA.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Syaiful Hidayat, M.M.)

17 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH DIGITAL MARKETING PADA MINAT BELI DI E-
COMMERCE

Oleh:

PRAYOGI SURYA MAREDH GHOZALI
B100170056

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 7 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imron Rosyadi, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA. (.....)
(Anggota II Dewan penguji)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


Drs. Didi Samsudin, M.M.)
NIP. 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta –
57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **PRAYOGI SURYA MAREDH GHOZALI**

NIM : **B 100 170 056**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH DIGITAL MARKETING PADA MINAT
BELI DI E-COMMERCE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 7 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

PRAYOGI SURYA MAREDH G

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Orang mukmin yang paling sempurna imannya adalah yang paling baik ahklaknya”

(HR. Turmudzi)

“Hakikat hidup bukanlah apa yang kita ketahui, bukan buku-buku yang kita baca atau kalimat-kalimat yang kita pidatikan, melainkan apa yang kita kerjakan, apa yang mengakar di hati, jiwa dan inti kehidupan kita.”

(Emha Ainun Nadjib)

“Apa yang dilakukan oleh orang setelah mendengar khotbah jauh lebih penting dari apa yang dikatakannya tentang khotbah itu.”

(Dr. H. Mohammad Hatta)

“Saya menyukai teman yang memiliki pikiran terbuka karena mereka akan melayaniku untuk melihat segala masalah dari berbagai sudut pandang.”

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka kupersembahkan karya sederhana ini dengan rasa cinta dan kasih kepada:

1. Atas nikmat dan karunia Allah SWT karena dikelilingi oleh orang-orang yang baik, maka saya persembahkan karya ilmiah ini dengan tulus kepada :
2. Allah SWT yang telah memberikan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.
3. Kedua orangtuaku, Bapak Edhie Mulyanto dan Ibu Marsiti tercinta yang telah memberi kasih sayang, dukungan, nasihat serta doa yang terbaik untukku.
4. Kedua kakakku Putri Sultan Maredh Jawi, S.Si dan Indomas Gusti Maredh Nesia, S.E yang selalu memberi support dan doa.
5. Teman-teman Lembaga Pers Mahasiswa Balans yang selama ini memberikan semangat yang tak terhingga pada penyusunan skripsi ini, serta memberikan arti luar biasa dalam kebersamaan.
6. Teman-teman kelas B Manajemen Angkatan 2017. Terimakasih telah menemani dalam susah maupun senang dan selalu memberi semangat saat kuliah maupun penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat yang selalu ada dalam susah dan duka, serta selalu mendukung saya selama perkuliahan dan pembuatan karya tulis ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan hingga pembuatan karya ini. Semoga bantuan dan kebaikan kalian diberi balasan yang layak dari Allah SWT.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh digital marketing pada minat beli di *e-commerce*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, data yang digunakan ialah data primer melalui kuesioner online yaitu *google form*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengujian analisis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, sedangkan teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli, variabel jumlah *review* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan variabel rating berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Jumlah *Review*, Rating, Minat Beli, *E-Commerce*

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of digital marketing on purchase intention in e-commerce. This research is a quantitative study, the data used is primary data through an online questionnaire, namely google form. The sample used in this study were 181 respondents using purposive sampling technique. The analysis test uses the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, while the data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the digital marketing variable has a significant effect on purchase intention, the number of reviews variable does not have a significant effect on purchase intention and the rating variable has a significant effect on purchase intention.

Keywords: *Digital Marketing, Number of Reviews, Rating, Purchase Interest, E-Commerce*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING* PADA MINAT BELI DI *E-COMMERCE*”** berjalan dengan lancar dan terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian dari syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Banyak hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini namun berkat bantuan serta dorongan dari berbagai pihak akhirnya kesulitan yang timbul dapat teratasi, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronuddin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Sri Padmantlyo, MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan bagi penulis sehingga pembuatan skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan membagi ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Bapak dan Ibu serta kakak tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan bagi keberhasilan penulis.
8. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta doa yang selalu diberikan sehingga penulis lebih mudah dalam proses penyusunan skripsi.
9. Sobat perjuangan di Pesma Istiqomah yang selalu memberikan semangat untuk selalu istiqomah di jalan-Nya.
10. Rekan-rekan di Lembaga Pers Mahasiswa Balans yang memberikan pengalaman luar biasa di dunia kejournalistikan.

11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Digital Marketing</i>	9

2. Jumlah <i>Review</i>	10
3. Rating	12
4. Minat Beli	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Hipotesis.....	16
D. Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	18
C. Data dan Sumber Data.....	21
D. Metode Pengumpulan Data	21
E. Desain Pengambilan Sampel.....	21
F. Metode Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Karakteristik Responden	27
B. Analisis Data	29
C. Pembahasan	39
BAB V PENUTUP.....	42
A. Simpulan	42
B. Keterbatasan Penelitian	43
C. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden	27
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Korelasi.....	35
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	38

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2 : Data Kuesioner	56
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas	65
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	68
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik	70
Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	72
Lampiran 7 : Hasil Uji Korelasi	73